

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
PADA MANAJEMEN PEMASARAN
CV SEKAR SARI FLORIST
KAYOON SURABAYA**

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS



OLEH:

**FILIA KHARIZA
3103009087**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
PADA MANAJEMEN PEMASARAN
CV SEKAR SARI FLORIST
KAYOON SURABAYA**

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS,
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

OLEH:

FILIA KHARIZA
3103009087

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Filia Khariza

NRP : 3103009087

Judul Karya Ilmiah : **PENERAPAN CUSTOMER**

RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA MANAJEMEN

PEMASARAN CV SEKAR SARI FLORIST KAYOON SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir kuliah praktek bisnis ini adalah ASLI karya tulis saya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Februari 2013

Yang Menyatakan,



(Filia Khariza)

HALAMAN PERSETUJUAN


LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
PADA MANAJEMEN PEMASARAN
CV SEKAR SARI FLORIST
KAYOON SURABAYA**

**OLEH:
FILIA KHARIZA
3103009087**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK. 311.89.0152
Tanggal: 9 Februari 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Praktik Bisnis yang ditulis oleh:

Filia Khariza NRP 3103009087

Telah diuji pada tanggal 9 Februari 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:




Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK. 311.89.0152

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Ludovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,


Herlina Y. Roida, SE, M.Com
NIK. 311.99.0263

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan bimbingan dan penyertaan-Nya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir yang berjudul “Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Manajemen Pemasaran CV Sekar Sari Florist Kayoon Surabaya” ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Drs. Kuncoro Foe, Ph.D., Apt selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Dr. Lodovicus Lasdi, SE, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Hermeindito Kaaro, MM selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Herlina Yoka Roida, SE, M.Com selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM, selaku dosen pembimbing yang mendampingi, membantu dan membimbing hingga penulisan tugas akhir ini selesai.
6. Bapak Ibu dosen yang terhormat yang telah memberikan pendidikan selama masa perkuliahan.

7. Keluarga atas dukungan dan doanya hingga penulisan tugas akhir ini selesai.
8. Sahabat terdekat yang mendukung dan menginspirasi penulisan tugas akhir ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa selama proses studi yang turut mendukung penulisan tugas akhir ini.

Tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, oleh karena itu penulis tidak menutup akan adanya kemungkinan diberikan kritik maupun saran dari semua pihak. Namun penulis dengan segala kerendahan hati, berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Surabaya, 25 Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pokok Bahasan	4
1.3. Tujuan Kuliah Praktik Bisnis.....	4
1.4. Manfaat Kuliah Praktik Bisnis.....	5
1.5. Ruang Lingkup	5
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. <i>Customer Relationship Management</i>	9
2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	10
2.2.3. Penerapan <i>Customer Relationship</i> <i>Management</i>	14

BAB 3. HASIL ORIENTASI KULIAH PRAKTIK BISNIS	17
3.1. Gambaran Umum CV Sekar Sari Florist	17
3.2. Jadwal Pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis	19
3.3. Kegiatan Kuliah Praktik Bisnis.....	20
3.4. Hasil atau Temuan	21
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1. Analisis	25
4.2. Pembahasan	27
BAB 5. PENUTUP	31
5.1. Kesimpulan.....	31
5.2. Keterbatasan Pelaksanaan KPB	32
5.3. Saran	33
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	34
LAMPIRAN	36

ABSTRAK

Manajemen hubungan pelanggan atau yang biasa dikenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu bagian dari manajemen pemasaran. CRM sangat perlu diterapkan oleh perusahaan demi menjaga hubungan baik dengan pelanggan, dan dengan diterapkannya CRM, maka pelanggan diharapkan memiliki kepuasan, loyalitas dan melakukan *repeated buying*.

CRM akan sangat efektif apabila dilakukan oleh seluruh bagian dari perusahaan tersebut. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan.

Dalam menerapkan dan mengembangkan strategi CRM, diperlukan lima langkah, yaitu: Analisa portfolio pelanggan, hubungan yang baik dengan pelanggan, pengembangan jaringan, pengembangan rencana nilai, dan mengelola siklus hidup pelanggan.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran, *Customer Relationship Management*

ABSTRACT

Customer relationship management or commonly known as CRM is one part of the marketing management. CRM really need to be applied by the company in order to maintain good relations with customers, and with the implementation of CRM, the customer is expected to have satisfaction, loyalty and doing repeated buying.

CRM will be very effective if done by all parts of the company. The main target of CRM is to improve long-term growth and profitability of the company.

In applying and developing CRM strategies, need five steps, namely: customer portfolio analysis, relationships with customers, network development, plan development value, and manage the customer life cycle.

Keywords: Marketing Management, Customer Relationship Management

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Masalah dan Bukti	3
Tabel 2.1. Artikel Terdahulu	7
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan KPB	19
Tabel 3.2. Tujuan Penyelesaian Masalah	23

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran	12